

GESCHÄFTSBERICHT 2011/12



Liebe Leserinnen und Leser!

Das Geschäftsjahr 2011/12 war darauf ausgerichtet, die EZA Fairer Handel GmbH wieder in die positiven Zahlen zu führen. Nach dem schlechten Vorjahresergebnis war es sehr wichtig zu zeigen, dass wir die Kehrtwende schaffen. Und wir haben sie geschafft! Wir haben das Geschäftsjahr 2011/12 mit einer „schwarzen Null“ abgeschlossen.

Wir sind stolz darauf, dass unsere Anstrengungen gefruchtet haben, denn die Rahmenbedingungen haben sich im Vergleich zum Vorjahr nicht wesentlich verändert: Der Weltmarktpreis für Kaffee lag bis ins Frühjahr 2012 auf hohem Niveau, der Schweizer Franken ist weiterhin sehr stark und auch andere Rohstoffe und im Ursprungsland endgefertigte Produkte zeigten deutliche Preissteigerungen, da auch in den Ländern unserer ProduzentenpartnerInnen die Lebenshaltungskosten steigen. Das muss sich auch in der Bezahlung und also in den Einkaufspreisen niederschlagen, die diese für ihre Arbeit bekommen! Um wirtschaftlich tragfähig zu bleiben, mussten wir deshalb Preisanpassungen vornehmen und mit einem deutlich schmäleren Aufwandsbudget auskommen.

Trotz geringerer finanzieller Ressourcen ist es uns gelungen, auch im abgelaufenen Geschäftsjahr unser Verständnis von Fairem Handel zu leben. Viele Menschen hatten in Österreich durch Besuchsprogramme mit VertreterInnen unserer Partnerorganisationen die Möglichkeit, aus erster Hand zu erfahren, ob und wie Fairer Handel wirkt. Auch wir waren wieder bei zahlreichen SüdpartnerInnen vor Ort. Der direkte Austausch mit ihnen zählt zum Kern unseres Handelns, weil er Beziehungen wachsen lässt, die weit über den reinen Ein- und Verkauf von Produkten hinausgehen, weil er Reflexion zulässt und Weiterentwicklung ermöglicht – auf beiden Seiten.

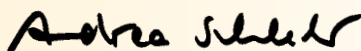
In europäischen und internationalen Netzwerken wie der European Fair Trade Association und der World Fair Trade Organisation gestalten wir Fairen Handel aktiv mit. Mit unserer Beteiligung im Forum Fairer Handel und der Plattform der Clean Clothes Kampagne in Österreich geht es uns darum, Kräfte zu bündeln und gemeinsam für mehr Fairness in Wirtschaft und Handel einzutreten.

Das laufende Geschäftsjahr 2012/2013 ist – wirtschaftlich betrachtet – ein weiteres Sanierungsjahr. Die bisherigen Zahlen stimmen uns jedoch zuversichtlich, dass wir auch das Geschäftsjahr 2012/13 mit einem positiven Ergebnis abschließen werden. Mit unseren SüdpartnerInnen und KundInnen haben wir ein gutes Fundament. Transparent und solidarisch, weltoffen und fair – so wollen wir auch in Zukunft agieren. Der Herausforderung, mit unserem Handel(n) gegen den Strom zu schwimmen, stellen wir uns gerne!

EZA Fairer Handel GmbH ist Österreichs größte Importorganisation für Fairen Handel und verfügt über 37 Jahre Erfahrung in diesem Bereich. 1975 wurde sie nach niederländischem Vorbild gegründet. Gesellschafter sind die Aktion 3. Welt - A3W e.V. (40%) sowie die Katholische Männerbewegung Oberösterreich (23,33%), Österreich (20%) und Innsbruck (16,67%).

EZA Fairer Handel GmbH
Wenger Straße 5
5203 Köstendorf
Tel. +43 (0)6216 20 200
Fax +43 (0)6216 20 200 999
office@eza.cc · www.eza.cc

Mit freundlichen Grüßen



ANDREA SCHLEHUBER, GESCHÄFTSFÜHRERIN





01

SCHWERPUNKTAKTIVITÄTEN UND PARTNERZUSAMMENARBEIT

Länderschwerpunkt Peru

Im Rahmen der gesamtösterreichischen Weltladenkonferenz der ARGE-Weltläden von 23. – 25. September 2011 gestaltete die EZA Fairer Handel einen Teil des Tagungsprogramms. Im Mittelpunkt stand eine Annäherung an das lateinamerikanische Land Peru. Der Journalist und Mitarbeiter der Fachzeitschrift Lateinamerika Nachrichten, Matthias Hohmann aus Berlin, gab einen Einblick in die wirtschaftliche, politische und soziale Situation des Landes im Spannungsfeld von Wirtschaftsboom, Freihandelsabkommen und einer von großer Armut betroffenen indigenen Bevölkerungsmehrheit.

Ob der 2011 neu gewählte Präsident Ollanta Humala die hohen Erwartungen werde einlösen können, so Hohmann im September 2011, würde sich daran entscheiden, inwieweit überzeugende Antworten auf die sozialen Ungleichheiten gefunden werden können und der Umwandlungsprozess im Land zu einem breiten nationalen Anliegen werde, das auch den stark ausgeprägten Alltagsrassismus zu überwinden vermöge. Mittlerweile besteht Grund zur Skepsis. Die Ressourcenausbeutung durch Minengesellschaften und ihre Auswirkungen auf das Ökosystem stehen den Interessen der mehrheitlich indigenen Kleinbauern und -bäuerinnen entgegen und entpuppen sich auch für die aktuelle Regierung als eines der größten Konfliktthemen.

Von unseren Partnerorganisationen aus Peru waren Jorge Chávez und Jano Vásquez zu Gast. Beide stellen die Arbeit ihrer Organisationen vor. Chávez ist seit seinem 14. Lebensjahr Handwerker und Mitglied der Produzentenvereinigung Tawaq. Diese ist Teil des Produzentennetzwerks GIAP, das vor 20 Jahren gegründet wurde, um die prekäre Situation von HandwerkerInnen zu verbessern. Demokratische Mitbestimmung, Weiterbildung, Zugang zum Fairen Handel sowie die Verwendung von Gewinnen für gemeinschaftliche Projekte sind wichtige Prinzipien der Organisationen, der Chavez seit 2011 als Präsident vorsteht. Rund 1300 HandwerkerInnen profitieren aktuell davon. Jano Vásquez vertrat die Initiative Inti Raymi/Raymisa, die sich ebenfalls für benachteiligte HandwerkerInnen einsetzt und deren Produkte über den Fairen Handel vermarktet. Der Organisation ist die Förderung und der Erhalt des traditionellen Kunsthandwerks dabei ein ganz besonderes Anliegen.

Unsere Gäste aus Peru gaben einen Einblick in die Bedeutung des peruanischen Kunsthandwerks

Im Rahmen der Konferenz wurde der Kurzfilm „Vom Wert der Wolle“ (eine Kooperation von Manfred Wimmer und EZA Fairer Handel) präsentiert. Der Film legt den Fokus auf die Herstellung von Alpakastrickwaren. Menschen, die die wertvolle Faser verarbeiten, kommen im Film ebenso zu Wort wie VertreterInnen der Vermarktungsorganisationen, die sich dafür einsetzen, dass der Faire Handel in ihren Organisationen umgesetzt wird. Der direkte Kontakt zwischen Weltläden, EZA und den PartnerInnen im Süden wird dokumentiert. Der Film ist als DVD im EZA-Verleih erhältlich und auch auf der Website der EZA zu sehen.

Was macht ein
„gutes Leben“ aus?
Mit unseren Gästen aus
Peru gingen wir der
Frage nach.

Vom individuellen Wohlstand zum guten Leben für alle

Als Impuls zum Weiterdenken verstand sich der Sonntag Vormittag der Konferenz. Im Mittelpunkt stand der Austausch über so selbstverständlich gebrauchte Begriffe wie Wohlstand oder Lebensqualität und alternative Konzepte des Wirtschaftens wie Solidarische Ökonomie und Gemeinwohlökonomie.

Der interaktive Einstieg mit Hans Holzinger von der Robert Jungk Bibliothek für Zukunftsfragen zeigte verschiedene Wohlstandsdimensionen auf: Was wir essen, welche Güter wir warum gebrauchen, wie wir tätig sind, mit wem wir in Beziehung sind, welchen Raum wir haben, um zu leben, wie wir über unsere Zeit verfügen können, welchen Zugang zu Information wir haben und welche Möglichkeiten wir haben, Demokratie zu leben und zu gestalten. Für unsere Gäste Jorge Chávez und Jano Vásquez beginnt das „gute Leben“ dort, wo eine bestimmte Grundsicherung gegeben ist. „Um vieles, was für euch hier selbstverständlich ist, müssen wir noch kämpfen,“ sagte Jano Vásquez von Raymisa. Ernährung, Bildung und Gesundheit sind in Peru alles andere als gesichert. Das „Anpassungsvermögen“ an die realen Verhältnisse ist eine wichtige Fähigkeit, um in diesem Kontext bestehen zu können. Beide verwiesen auf Prinzipien des Miteinanders, die im indigenen Denken stark verwurzelt sind.

Kooperation statt Konkurrenz und Gewinnstreben ist auch eine der Kernaussagen der Gemeinwohlökonomie. Der Ansatz wurde 2010 von Christian Felber in seinem gleichnamigen Buch vorgestellt. Herzstück – so die Referentin Gisela Heindl – ist die sogenannte Gemeinwohlabilanz. Die Idee dahinter: Die Finanzbilanz eines Unternehmens gibt lediglich eine Teilwirklichkeit wieder und über zentrale Aspekte von Unternehmenspolitik keinerlei Auskunft. Mit der Erstellung einer Gemeinwohlabilanz beschäftigen sich Unternehmen mit Fragen der Menschenwürde, Solidarität, Mitbestimmung, ökologischen Nachhaltigkeit und sozialen Gerechtigkeit. Sie brechen diese Begriffe auf ihre unternehmerische Praxis herunter und können sie mit entsprechender Punktezahl einer Bewertung unterziehen. Mit den Gemeinwohlabilanzen soll öffentlich werden, was ansonsten gar nicht oder nur schwer zugänglich ist. Dazu sind auch Audits vorgesehen. Gisela Heindl betonte, dass der Prozess dazu am Anfang stehe und das Konzept sich stetig weiter entwickle. Sie lud ein, sich auf der Website weiter zu informieren und sich nach Interesse einzubringen. www.gemeinwohl-oekonomie.org

Hans Eder, Direktor der NGO Intersol, diskutierte mit den TeilnehmerInnen den Ansatz der Solidarischen Ökonomie. Das Konzept geht auf den chilenischen Sozialwissenschaftler Luis Razeto Migliaro zurück. Der Ansatz zeigt eine Verbindung von Solidarität und Ökonomie jenseits der kapitalistischen Wirtschaftslogik. Ein wichtiger Aspekt ist dabei die Integration jener Teile der Gesellschaft, die unter herkömmlichen Rahmenbedingungen zu den Ausgeschlossenen zählen (z.B. Einkommensschwache, Arbeitslose.....). „Die Stärke der Solidarischen Ökonomie liegt nicht in einer Dynamik des Wettbewerbs, sondern in Faktoren wie Gemeinschaft, Zusammenarbeit und Engagement – und in der Identifikation mit einem Geschichtsentwurf der Befreiung,“ so Hans Eder.

Die Gäste aus Peru tourten im Anschluss an die Konferenz in Begleitung der EZA durch Österreich und informierten über ihre Arbeit. Durch das Engagement der Weltläden konnten in 12 Städten in Oberösterreich, Niederösterreich, der Steiermark und in Wien Veranstaltungen realisiert werden.

Besuche bei unseren Partnerorganisationen

Die Aufrechterhaltung langjähriger Handelsbeziehungen ist ein grundlegendes Kriterium der EZA Fairer Handel. Um uns mit unseren PartnerInnen auszutauschen, sind Vor-Ort-Besuche unabdingbar. So wurden auch im abgelaufenen Geschäftsjahr zahlreiche Reisen von MitarbeiterInnen aus dem Einkaufs- und Monitoringbereich durchgeführt. Dabei wurden Anregungen und Rückmeldungen zu

bestehenden Produkten ebenso besprochen, wie mögliche Neuheiten diskutiert, Problemstellungen im Rahmen der Handelsbeziehungen thematisiert und – im Rahmen von Partnerevaluierungen – die Umsetzung der Kriterien des Fairen Handels erörtert. Insgesamt wurden 41 Partnerorganisationen in 11 Ländern besucht.

Die Fashion Verantwortliche, Katharina Mühlberger, reiste zu Craft Aid auf Mauritius, Rajlakshmi und Sasha in Indien, Allpa, Minka, Raymisa und CIAP in Peru sowie nach Bolivien zu Awayu, Coproca, K'Hana, Señor de Mayo und Q'Antati und arbeitete an den Kollektionen unserer Modemarke Anukoo für das Jahr 2013.

Die EZA-MitarbeiterInnen aus dem Handwerkseinkauf Eva Mayrhuber und Andrea Stehrer besuchten die langjährigen Partnerorganisationen Sasha, EMA und CRC in Indien – der Fokus lag hier auf der Arbeit am Ledertaschensortiment – sowie erstmals ACP und Third World Craft in Nepal, die mit zahlreichen Werkstätten zusammenarbeiten, in denen ein breites Angebot an unterschiedlichen Handwerksartikeln entsteht.

Weitere Besuche führten nach Kolumbien zur neuen Partnerorganisation Sapia und nach Ecuador zu Camari sowie nach Nicaragua zu den HängemattenproduzentInnen der Vereinigung Movimiento Indígena Monimbó (MIM), nach El Salvador zu La Semilla de Dios und Exporsal und nach Guatemala zum Glasbläserbetrieb Copavic und den Handwerkervereinigungen Pop Atziak und Aj Quen. Die soziale Situation in El Salvador und Guatemala hat sich dabei – so die Eindrücke des EZA-Mitarbeiters Gerhard Wimmer seit seinem letzten Besuch vor zwei Jahren – besonders drastisch verschlechtert. „Es war für mich überraschend, wie stark sich v.a. die schlechte wirtschaftliche Situation in den USA auf diese Länder auswirkt,“ berichtet Wimmer. „Die Geldüberweisungen der in die Staaten ausgewanderten Verwandten sind ausgeblieben, weil sie ihre Arbeit verloren haben, viele Betriebe, die in die USA exportierten, haben geschlossen. Dazu kommen besonders in El Salvador die gestiegenen Grundnahrungsmittelpreise.“ Etwas besser stellt sich für Wimmer die Situation in Nicaragua dar. Dennoch stehen auch dort die PartnerInnen vor Problemen. Die Aufträge anderer Importeure sind weggebrochen. Die EZA ist als einzige Fairhandelspartnerin geblieben. Die Herstellung der typisch nicaraguanischen Hängematten in hochwertiger Handarbeit steht in Konkurrenz zu deutlich günstigeren Produkten, die mit weniger Sorgfalt oder Maschineneinsatz produziert werden.

41 SüdpartnerInnen
in 11 Ländern
wurden besucht.

In Peru ist die
kunsthandwerkliche
Tradition lebendig.





Bild: EZA Fairer Handel

**Die Genossenschaft
Yeni Navan zieht Jungpflanzen
für die Kaffeegärten selbst.**

Im Lebensmittelbereich stand auch im abgelaufenen Geschäftsjahr eine Reise zu den KaffeeproduzentInnen in Mexiko und Guatemala auf dem Programm. Das Jahr 2011 war ab dem späten Frühjahr wieder durch hohe Preise für Rohkaffee an der Börse gekennzeichnet. Auch die Zwischenhändler hielten hier mit. Diesmal – so die Eindrücke des Kaffeeverantwortlichen der EZA, Franz Denk, – waren die Genossenschaften jedoch besser vorbereitet als noch im Jahr 2010, konnten den Mitgliedsbauern und -bäuerinnen den Kaffee zu guten Preisen abkaufen und die allermeisten Verträge erfüllen. Die Kreditklemme wurde u.a. durch alternative Finanzierungsorganisationen aber auch lokale Banken rechtzeitig entschärft. Denk stellte auch die positiven Effekte der hohen Marktpreise fest. „Die Menschen sehen wieder Zukunft in der Arbeit mit Kaffee. Die Erneuerung der veralteten Kaffeepflanzen ist angelaufen.“ Auch die EZA beteiligt sich an einem Kaffeerneuerungsprogramm einer Kooperative. Die ADA (Austrian Development Agency) stellte auf Initiative der EZA weitere Gelder zur Errichtung von Demonstrationsparzellen für Schulungszwecke zur Verfügung. Franz Denk besuchte in Guatemala die langjährigen Partnerorganisationen Cecapro und Guaya'b und hatte dort auch Kontakt zu Vertretern der Kaffeegenossenschaft CAFEL aus Honduras. In Mexiko gab es Treffen mit ISMAM, Redcafes, POSI, Mascafé, CIRSA, Tzijib Babi, FIECH, Paluchen, Juan Sabines, Uciri, 21 de Septiembre und Yeni Navan/Michiza.

**Kooperation und
Arbeitssteilung erleichtern
die Begleitung von
Partnerorganisationen**

Begleiten, beraten, evaluieren

Als Mitglied der European Fair Trade Association arbeitet die EZA u.a. in der EFTA Monitoring Gruppe aktiv mit. Im Rahmen dieser Kooperation hat sich die EZA verpflichtet, drei Partnerevaluierungen pro Jahr auf eigene Kosten durchzuführen. Die Ergebnisse werden mit anderen EFTA-Mitgliedsorganisationen geteilt.

Es geht dabei vor allem um folgende Aufgabenstellung: Die Umsetzung der 10 Fair-Trade-Standards durch die HandelspartnerInnen und die Wirkungen des Fairen Handels werden erhoben, umfangreiche Informationen zu Partnerorganisation und ProduzentInnen werden eingeholt, Workshops zum Fairen Handel und den 10 Fair-Handels-Kriterien werden abgehalten, ein Aktionsplan wird ausgearbeitet, um allfällige Defizite zu beheben. Evaluierungen dieser Art basieren auf einem stark dialogischen Prinzip und sehen eine konsequente Weiterarbeit an den vereinbarten Maßnahmen vor.

Die EZA Monitoringverantwortliche Birgit Cáliz reiste nach Chile und Bolivien. In Chile galt der Besuch Pueblos del Sur, einer langjährigen Vermarktungsorganisation des Fairen Handels im Bereich des Handwerks. In Bolivien ging es darum, die konkreten Ergebnisse und Umsetzungen der im vergangenen Jahr durchgeführten EFTA-Evaluierungen bei Jilata und Awayu (Strickwaren) vor Ort zu prüfen und die Kooperation zwischen den vier dort ansässigen EZA-Alpakapartnerorganisationen zu evaluieren bzw. auszubauen. Darüber hinaus wurden Kontakte mit Señor de Mayo (Alpakastrickwaren) und Anapqui (QuinuaproduzentInnen) gepflegt.

Die Alpakawaren, die die EZA bezieht, entstehen mehrheitlich in kleinen Werkstätten. Die Bedingungen dort sind nicht mit jenen in Industriebetrieben vergleichbar. Umso wichtiger ist es für die EZA, gewisse Standards gemeinsam mit den koordinierenden Organisationen vor Ort und angepasst an die spezifischen Produktionsbedingungen zu verankern. Zu den Evaluierungen in Bolivien berichtet Calix folgendes: „Für mich war es eine große Freude, auf die konkreten Ergebnisse dieses Prozesses zu stoßen bzw. von den Betroffenen bestätigt zu bekommen. So gibt es heute in den Werkstätten für alle StrickerInnen Schürzen und Staubmasken zum Schutz gegen den feinen Wollstaub. Erstmals waren sie während der Produktionszeit – von April bis September – krankenversichert. Die Gesundheitsbeauftragte besuchte die Werkstätten unangemeldet, um die Einhaltung der Vorsichtsmaßnahmen zu prüfen. Ebenfalls überprüft wurde die zeitgerechte Zahlung auf Basis der „Planilla“ (Preiskalkulationen), die in allen Werkstätten ausgehängt wurde. Es gab Workshops für die StrickerInnen, in denen sie über ihre Rechte und Pflichten, die Kriterien des Fairen Handels und ihre Umsetzung in den Werkstätten aufgeklärt wurden. Die HandstrickerInnen, die sich zur Gruppe Makis Waras zusammengeschlossen haben, wurden zu einer wichtigen Säule der Organisation. Diese hat sich seit der letzten Evaluierung neu gegründet und arbeitet heute unter dem Namen K’Hana für die EZA.“

Vereinbarte Maßnahmen müssen die spezifische Realität der ProduzentInnen berücksichtigen.

Auch bei Awayu zeigte der Evaluierungsprozess gute Ergebnisse: Nachdem sich die einzelnen StrickerInnen auf keine Vertretung einigen konnten, installierte man seitens Awayu einen „Beschwerdebrieffkasten“. Dort können die StrickerInnen jederzeit ihre Anliegen schriftlich und anonym vorbringen, wenn es ihnen am notwendigen Vertrauen fehlt, die Dinge direkt und persönlich mit dem Team von Awayu zu besprechen. Maßnahmen zur Umsetzung der Kriterien des Fairen Handels in den Werkstätten bezüglich der Bezahlung, Sicherheits- und Gesundheitsvorschriften wurden gesetzt und die StrickerInnen im Rahmen von Fortbildungen geschult.

Zusätzlich zu den von der EZA selbst durchgeführten Evaluierungen wurde eine weitere in Indien finanziert. Diese betraf den Handelspartner Silence und wurde von einer mit den Vor-Ort-Bedingungen und den Evaluierungskriterien vertrauten, externen indischen Beraterin durchgeführt.

Stricken und Handarbeit sind im peruanischen Hochland für viele indigene Frauen eine der wenigen Einnahmequellen.

Bilder: EZA Fairer Handel, Manfred Wimmer



Besuche von unseren Partnerorganisationen

Durch Besuche in Österreich bekommen PartnerInnen die Möglichkeit, AkteurInnen des Fairen Handels hierzulande kennen zu lernen sowie direkte Rückmeldungen auf ihre Produkte und ihre Arbeit in ihren Organisationen zu bekommen und aktuelle Neuigkeiten aus ihrem Umfeld aus erster Hand weiter zu geben. VertreterInnen von 13 Organisationen aus 10 Ländern waren zu Gast bei EZA Fairer Handel: Gabriel Kamudu (Craft Aid / Mauritius), Fred Masinde (Undugu Society / Kenia), Jorge Chávez (CIAP / Peru), Jano Vásquez (Raymisa / Peru), Ram Ramasamy (SIPA / Indien), Raúl del Aguilar (COCLA /Peru und Mitglied des Vorstandes von FAIRTRADE International), Marcela Cofre (Calypso / Pueblos del Sur / Chile), Isaac Zúniga (El Naranjillo / Peru), Edwin Bett (Kisac Fairtrade Ltd. / Kenia), Druce Biggerstaff (Sapia / Kolumbien), Francisco Reynaga (El Ceibo / Bolivien), Snitporn Tansuchart, Wipa und Sab (Y-Development / Thailand), Daniel Simoleit (Nobunto / Südafrika).

VertreterInnen von
13 SüdpartnerInnen aus
10 Ländern waren
zu Gast bei EZA.

Auch Messebesuche werden vermehrt genutzt, um sich mit PartnerInnen auszutauschen. Einen besonders günstigen Rahmen hierfür bietet die alljährliche Bio-Fach, die Weltleitmesse für biologische Produkte in Nürnberg. Kontakte konnten hier u.a. mit Foudhaili Taïeb (South Organic / Tunesien), Bakouma Laba (SETRAPAL / Togo) und Barend Salomo (Wupperthal Original /Südafrika) gepflegt werden.

Neue Partnerorganisationen

Die Entscheidung über Neuaufnahmen von Partnerorganisationen erfolgt im Partnerkomitee der EZA. Neu aufgenommen wurden Cecaq-11 (Kakao aus Sao Tomé & Príncipe), KONAFSCOOP / (Kakao aus Kamerun), BaobArt (Kunsth Handwerk aus Mosambik), Sapia (Schmuck, Taschen und Weihnachtsdeko aus Kolumbien), Pueblo Apícola (Honig aus Uruguay), Exporsal (Hängematten aus El Salvador), Fruits of the Nile (getrocknete Bananen aus Uganda), AgroAndino (getrocknete Bio-Physalis aus Peru).

Damit zählte die EZA mit Stand Ende Juni 2012 insgesamt 159 HandelspartnerInnen. 63 davon beliefern die EZA mit Handwerk und Fair Fashion. Von diesen sind wiederum rd. 60% Mitglied der World Fair Trade Organisation. Von den 96 LebensmittelpartnerInnen befinden sich 82% im FAIRTRADE-Produzentenregister.

Fairen Handel stärken und weiter entwickeln

Die EZA ist in Österreich Teil des Forum Fairer Handel, das sich im Juni 2012 der Öffentlichkeit präsentierte. Das Netzwerk bestehend aus ARGE Weltläden, Dreikönigsaktion, EZA, FAIRTRADE, FIAN, Oikokredit und Südwind Agentur und wurde mit dem Ziel gegründet, den Fairen Handel zu fördern und jene Rahmenbedingungen einzufordern, die zu seiner Durchsetzung notwendig sind. Gemeinsam mit der ÖFSE präsentierte das Forum Fairer Handel ein Hintergrund- und Positionspapier zum Einfluss von FinanzinvestorInnen auf die Preisentwicklung von Kaffee und Weizen an den Rohstoffmärkten, zeigte Auswirkungen auf ProduzentInnen des Fairen Handels auf und formulierte politische Empfehlungen. Die EZA hat am Hintergrundpapier aktiv mitgearbeitet.

Auf Einladung der Clean Clothes Kampagne ist die EZA der Clean Clothes Plattform in Österreich beigetreten. Dieses Netzwerk ist vor allem in Bezug auf unsere Aktivitäten rund um Faire Mode von Bedeutung. Denn für die EZA ist es nicht nur wichtig, konkrete und tragbare Alternativen im Bekleidungsbereich anzubieten, sondern wir wollen auch verstärkt darauf hinweisen, welche Möglichkeiten des Engagements es gibt, um gegen bestehende Missstände in der Bekleidungsindustrie aufzutreten.

Auf europäischer Ebene ist die EZA im Rahmen der European Fair Trade Association u.a. in der EFTA Monitoring Gruppe vertreten. Neben der Evaluierungsarbeit selbst (siehe Seite 7) waren und sind die Weiterentwicklung des EFTA Evaluierungssystems auf Basis der 10 Fair-Handels-Standards und inhaltliche Diskussionen rund um das Thema „Fairer Preis“ und der Forderung nach einer schrittweisen Durchsetzung eines „living wage“ zentrale Themen. Auch hier gehört die EZA der Steuerungsgruppe an.

Auf internationaler Ebene bringt sich die EZA aktiv in die Arbeit der World Fair Trade Organisation ein. Mit dem letzten Self Assessment, das für alle WFTO Mitglieder verpflichtend ist und in dem diese Rechenschaft über ihre Praxis des Fairen Handels ablegen, fungierte die EZA als Pilotversuch, da sie nach den neuesten Vorgaben arbeitete, die eine sogenannte Rückkoppelung mit den Partnerorganisationen im globalen Süden vorsehen. Das Feed Back unserer PartnerInnen auf unsere Selbsteinschätzung war mehrheitlich positiv, gab jedoch auch den Anstoß, unsere Partnerpolitik noch klarer als bisher zu formulieren und auch eine entsprechende Reklamationspolitik gegenüber unseren Partnerorganisationen auszuarbeiten.

Fairen Handel verbreiten

In der Verbreitung des Fairen Handels in Österreich sind unsere PartnerInnen aus dem Süden sowie die Weltläden unsere stärksten Verbündeten. Neben der Besuchstour unserer peruanischen Gäste Jorge Chávez und Jano Vásquez konnte auch Francisco Reynaga von der bolivianischen Kakaokooperative El Ceibo durch einen mehrtägigen Aufenthalt Aktuelles über seine Genossenschaft aus erster Hand berichten. Besonders herausragend sind dabei die letzten Zahlen zum Verhältnis von Exportproduktion und Absatzmarkt in Bolivien selbst. El Ceibo hat schon längst die Rolle des Rohstofflieferanten verlassen und kann heute 60% der Kakaoernte seiner Mitglieder am Inlandsmarkt absetzen – verarbeitet in der eigenen Kakao- und Schokoladenfabrik.

Mit Vorträgen zum Fairen Handel, zur Unternehmenspolitik der EZA und im Speziellen zum Konzept der Fairen Mode war die EZA u.a. an der Fachhochschule Puch, am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg, bei der Tagung der Niederösterreichischen FAIRTRADE Gemeinden, im Rahmen der Stuttgarter Veranstaltung „Faire Schnittmuster“, bei den Fortbildungen für biofaire ReferentInnen sowie im Rahmen der Fair Trade Akademie präsent. An unserem Standort in Köstendorf konnten wir insgesamt 22 Gruppen (SchülerInnen und Erwachsene) zu Hausführungen und Diskussionen zum Fairen Handel empfangen.

Zu informieren wie wir Fairen Handel in die Praxis umsetzen, ist ein wichtiger Bestandteil unserer Arbeit

Bilder: gürmo, EZA



Kakaobauer Francisco Reynaga zu Gast bei EZA.



02

UNSERE KUNDINNEN

Weltläden

Die Weltläden sind mit 33,6 % Anteil am Gesamtumsatz nach wie vor die umsatzstärkste Gruppe, weisen aber zum ersten Mal seit Jahren einen Umsatzrückgang um -1,5 % auf 5,38 Mio € auf. Die Preiserhöhungen von Kaffee und Schokolade wurden nicht von allen KundInnen akzeptiert. Im Kunsthandwerksbereich macht sich die Intensivierung des Wettbewerbs bemerkbar. Weiters mussten zwei Weltläden schließen. Um den Austausch mit den Fachgeschäften für Fairen Handel weiter zu fördern, wurden die sogenannten Waren- und Informationsbörsen stärker regionalisiert und finden nun in Salzburg, Wien, Tirol, Vorarlberg und der Steiermark statt.

Lebensmitteleinzelhandel

Auch wenn der Umsatzzuwachs von 12,6 % größten Teils durch Preiserhöhungen begründet ist, so zeigt sich, dass die KonsumentInnen im Lebensmitteleinzelhandel die Verkaufspreiserhöhungen vor allem bei Kaffee besser angenommen haben als im Weltladenbereich.

WiederverkäuferInnen

In dieser Kundengruppe, bei der es sich vorwiegend um Bioläden und Distributeure handelt, konnte ein Umsatzplus von 2,4 % erzielt werden.

EZA-eigene Weltläden & Anukoo Fair Fashion Shop

Die EZA-eigenen Weltläden in Salzburg, Wien 1010 und 1080 weisen Umsatzrückgänge auf. Die angespannte wirtschaftliche Lage kommt hier ebenso zum Tragen wie etwa Langzeitbaustellen in unmittelbarer Ladennähe. Das Umsatzplus von 3,4 % erklärt sich durch den neuen Fair Fashion Shop „anukoo“ in Wien 1060.

Institutionen

Neben den Einkäufen vieler privater und öffentlicher Einrichtungen wirken sich hier vor allem die Umsätze einiger Großkunden wie Missio und die Dreikönigsaktion positiv aus.



Bilder: Rajiv Saha, EZA

Die Fashion Verantwortliche der EZA ist regelmäßig bei den Menschen, die an der Modekollektion von Anukoo Fair Fashion mitarbeiten, zu Besuch.

Aktionsgruppen

Der Umsatz der Aktionsgruppen, die unsere Produkte ehrenamtlich im Rahmen von sogenannten Bazaren verkaufen, ist trotz des immer dichteren Angebots in anderen Kundenkanälen leicht gestiegen.

EndverbraucherInnen

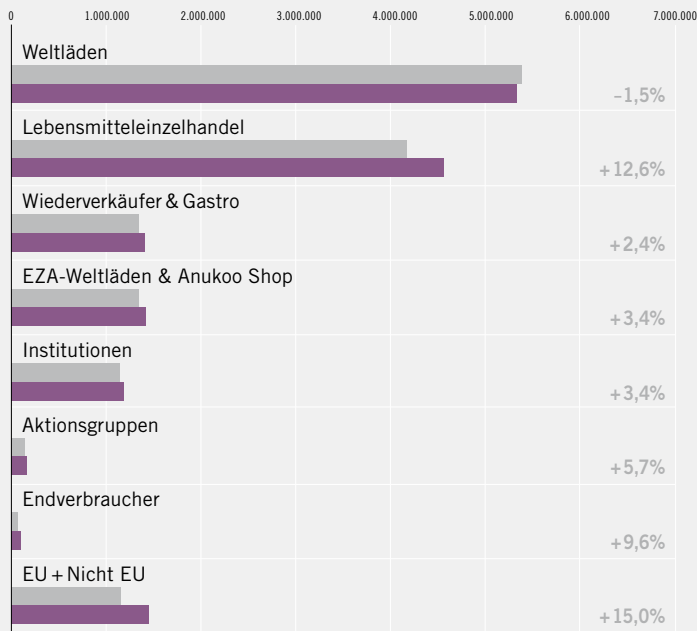
An unserem Standort in Köstendorf verbinden wir Verkauf und Information zum Fairen Handel. Dies wird im Rahmen von Exkursionen vermehrt genutzt. Weiters wirkten regionale Werbemaßnahmen und führten zu einem erfreulichen Umsatzzuwachs von 9,6%.

Europäische Union & Schweiz

Die Verkäufe an unsere europäischen Partner-Organisationen, die Teile ihres Fair Fashion- und Kunsthandwerkssortiments über die EZA beziehen, haben sich gut entwickelt.

Die gute Zusammenarbeit mit dem Fairhandelshaus Bayern konnte dabei weiter ausgebaut werden. Erstmals war die EZA bei bayrischen Weltläden direkt vor Ort, konnte an Hausmessen des Fairhandelshauses teilnehmen und Schulungen durchführen. Aber auch jüngere Fair Trade Importorganisationen aus Slowenien, Tschechien, Slowakei und Polen kaufen vermehrt über uns ein. Das Umsatzplus von 15,0 % geht zwar mit niedrigen Deckungsbeiträgen einher, der Vorteil dieser strategischen Einkaufskooperation liegt jedoch u.a. in der Senkung der anteiligen Fixkosten.

Umsätze Kundenkanäle



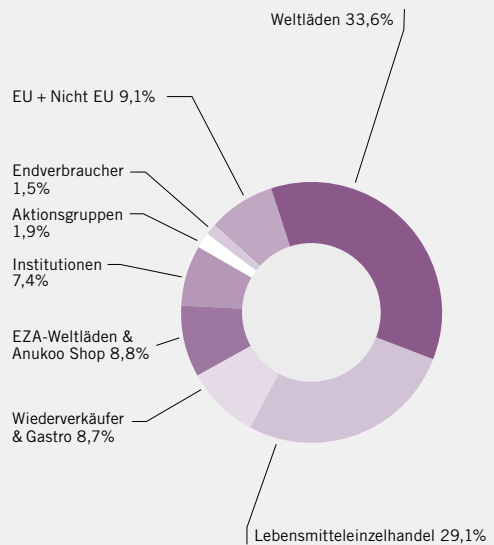
GESAMTUMSATZ

2010/2011 € 14.881.107,-

2011/2012 € 15.642.113,-

■ 2010/2011 ■ 2011/2012

Der Umsatz setzt sich aus dem Verkauf von Produkten in folgenden Kundenkanälen zusammen:



03

UNSERE PRODUKTE

Kaffee

Kaffee steht für 35,5% des gesamten Umsatzes und hat daher die größten Auswirkungen auf das wirtschaftliche Wohl unseres Unternehmens. Bis ins Frühjahr 2012 lag der Weltmarktpreis für Kaffee auf hohem Niveau. Darüber hinaus bezahlt die EZA gemäß den FAIRTRADE Kriterien die Sozial- und Bio-Prämien an ihre Kooperativen. Eigene Qualitätszuschläge kommen bei manchen Arabica-Hochlandsorten, die wir führen, noch hinzu. Dadurch hat sich unsere Marge deutlich verschlechtert. Dies konnte nur teilweise durch die Anpassung der Verkaufspreise wettgemacht werden. Eine weitere Erhöhung hätte das Risiko von Mengeneinbrüchen zusätzlich verschärft. Letztendlich konnte der Kaffeeumsatz zwar um 9,9 % gesteigert werden, dies ist jedoch ausschließlich auf die höheren Verkaufspreise zurückzuführen. Tatsächlich sind die Absatzmengen infolge der Verkaufspreiserhöhungen um knapp 8 % zurückgegangen.

Insgesamt wurden 545 Tonnen Röstkaffee verkauft, der zu 100 % aus biologischer Produktion stammt.

Schokolade

Das zweitwichtigste Sortiment im Lebensmittelbereich bildet die Schokolade. Mit 2,38 Mio € machte sie 14,9 % des Gesamtumsatzes aus. Die umsatzstarken Sorten Mascao und Compañera, die für knapp die Hälfte des Schokoladenangebots stehen, werden in der Schweiz hergestellt. Der Verteuerung des Schweizer Frankens und den höheren Einkaufskosten für die verwendeten Rohstoffe konnte teilweise durch die Anpassung der Verkaufspreise begegnet werden. Gleichzeitig lancierten wir die



Bilder: South Organic

Die feinen Datteln von South Organic aus Tunesien werden gleich nach der Ernte weiterverarbeitet.

neue biofaire Schokoladenlinie „Cariño“ in neun verschiedenen Sorten. Sie wird in Deutschland hergestellt und unterliegt somit nicht den Währungsschwankungen, weshalb sie zu einem günstigeren Endverkaufspreis angeboten werden kann.

Sonstige Lebensmittel

Hier konnte ein Umsatzplus von 4,1 % erzielt werden. Eine Erweiterung der Angebotspalette gab es durch Datteln, Fruchtriegel, Bio-Honige, getrocknete Mangos, Kakaopulver sowie im Teebereich.

Kosmetik

Die Umsatzentwicklung der nach BDIH-Standard zertifizierten Naturkosmetiklinie zeigte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr rückläufig. Mit € 182.323,- erzielt dieses Produktsegment 1,3% des Gesamtumsatzes.

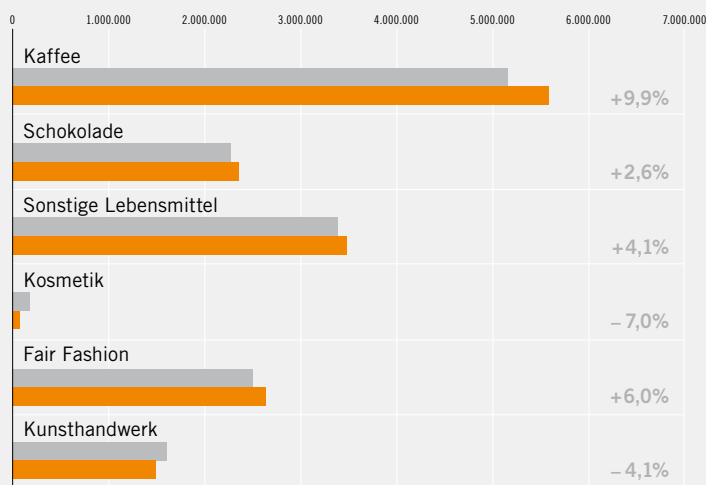
Fair Fashion

Der Bereich Fair Fashion, der Bekleidung, Schmuck und Taschen umfasst, macht inzwischen 2,68 Mio € bzw. 16,8 % des Gesamtumsatzes aus. Die Steigerung von 6,0 % ist ausschließlich durch den Zuwachs im Bekleidungsbereich begründet. Hier kam vor allem der EZA-eigene Anukoo Fair Fashion Shop in 1060 Wien zum Tragen. Doch auch die stärkere Präsenz auf dem deutschen Markt und Zuwächse im Weltladenbereich vor allem bei der Winterware haben sich positiv ausgewirkt.

Kunsth Handwerk

Dieses Sortiment umfasst die Produktbereiche Wohnen, Geschenke und Musikinstrumente. Nicht zuletzt aufgrund der Wettbewerbsintensivierung in den Weltläden zeigte sich hier ein Rückgang von - 4,1 %.

Umsätze Artikelgruppen



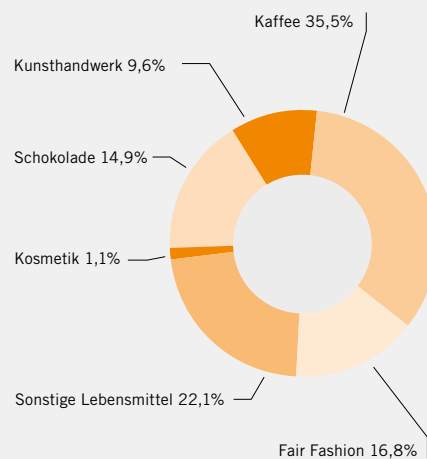
GESAMTUMSATZ

2010/2011 € 14.881.107,-

2011/2012 € 15.642.113,-

■ 2010/2011 ■ 2011/2012

Der Umsatz setzt sich aus folgenden Sortimentsbereichen zusammen:



04

BILANZ

Das Geschäftsjahr der EZA Fairer Handel GmbH umfasst den Zeitraum vom 1.7.2011 bis 30.6.2012.

Aktiva

Der Wert der Sachanlagen ist infolge der Abschreibungen gesunken. Die Vorräte wiesen zum Stichtag einen leicht höheren Wert als im Vorjahr auf. Die Forderungen stiegen mit dem Umsatz, lagen aber besonders zum Stichtag auf hohem Niveau.

Passiva

Aufgrund des schlechten Bilanzergebnisses im Vorjahr beschlossen die Gesellschafter als vertrauensbildende Maßnahme eine Stammkapitalerhöhung von 380.000 € auf 638.000 € vorzunehmen. Diese setzte sich zum einen aus Zuführungen neuer Gesellschaftergelder und zum anderen aus der Umwidmung von Gewinn- und Kapitalrücklagen zusammen.

Der Bilanzgewinn von 11.114 € gilt als Zeichen, dass wir den Turnaround Richtung positives Ergebnis geschafft haben. Der kumulierte Gewinn stieg damit auf 584.670 €, das Eigenkapital konnte um 10 % gesteigert werden. Die Eigenkapitalquote verbesserte sich auf 11,9 %.

Die erhöhten Rückstellungen beinhalten u.a. eine von der Finanzmarktaufsicht angedrohte Verwaltungsstrafe wegen Nichtkonformität unserer Kleindarlehsaktion mit dem Bankengesetz. Die Kleindarlehen beliefen sich zum Stichtag auf 3,26 Mio €.

Gewinn- und Verlustrechnung

Der Umsatz verzeichnete einen Zuwachs von 5,1 % auf 15.642.113 €. Der Wareneinsatz hingegen stieg – wie im Vorjahr – wieder überproportional an, diesmal um 8,2 %. Dies spiegelt die immer noch sehr hohen Rohstoff- und Einkaufspreise, vor allem beim Kaffee, wider. Der Ertrag lag somit um 1,4 % bzw. um rund 74.000 € unter dem Vorjahr.

Das gesamte Aufwandsbudget zeigt deutlich den enormen Kraftakt, den wir unternommen haben, um mittels Einsparungen den gesunkenen Ertrag wettzumachen. Die Personalkosten lagen trotz KV-Erhöhung auf Vorjahresniveau, was eine Einsparung darstellt. Diese erreichten wir durch eine Reduktion der Überstunden, Urlaubsabbau und der Nicht-Besetzung bzw. späteren Besetzung von Planstellen. Aufgrund des Aussetzens der Pachtzahlung für das Grundstück in Köstendorf verringerten sich die Raumkosten. Die größten Einsparungen wurden bei den Vertriebskosten vorgenommen: Allein die Ausgaben für Werbemaßnahmen wurden um rund 360.000 € gekürzt. Durch einen Wechsel auf einen anderen Frächter wurden auch beim Transport die Kosten gesenkt. Die Senkung der Verwaltungskosten geht auf eine Reduktion der betriebsbedingten Schäden zurück. Dies wurde durch gezielte Abverkaufsmaßnahmen und in enger Zusammenarbeit mit unseren Produzenten-



EZA Fairer Handel, gepa - The Fair Trade Company

Unsere SüdpartnerInnen legen viel Sorgfalt und Handarbeit in die Herstellung und den Anbau ihrer Produkte.

partnerInnen erreicht. Die höheren Zinskosten resultieren aus den zusätzlichen Krediten, die nötig wurden, um die teureren Einkäufe zu finanzieren.

Insgesamt wurden 595.427 € im Vergleich zum Vorjahr eingespart. Dies erlaubt, dass wir nach dem großen Verlust des Vorjahres wieder ein positives Ergebnis von 11.114 € vorlegen können.

Im Berichtszeitraum hatte die EZA 72 MitarbeiterInnen (in der Zentrale und den vier eigenen Läden), davon 51 weibliche und 21 männliche. Auf Vollzeit gerechnet ergab das im Jahresdurchschnitt einen Beschäftigungsstand von 57,3 Vollzeitkräften.

Bilanz per 30.6.2012

alle Angaben in Euro	10/11	11/12	z.Vj.
Immaterielle Vermögensgegenstände	5.564	1.616	-71%
Sachanlagen	2.541.983	2.406.094	-5%
Finanzanlagen	36.494	36.494	0%
ANLAGEVERMÖGEN	2.584.041	2.444.204	-5%
Vorräte	6.138.779	6.269.287	2%
Forderungen & so. Vermögensgegenstände	1.187.191	1.376.768	16%
Kassenbestand & Guthaben bei Banken	228.847	97.470	-57%
UMLAUFVERMÖGEN	7.554.817	7.743.525	2%
Rechnungsabgrenzungsposten	56.039	63.982	14%
AKTIVA	10.194.897	10.251.711	1%
Stammkapital	378.000	638.000	69%
Gewinnrücklagen	159.964	0	-100%
Bilanzgewinn/verlust kumuliert	573.556	584.670	2%
EIGENKAPITAL	1.111.520	1.222.670	10%
RÜCKSTELLUNGEN	579.105	633.195	9%
Verbindlichkeiten geg. Kreditinstituten	3.805.439	3.811.343	0%
Verbindlichkeiten Kleindarlehsaktion	3.236.159	3.259.843	1%
sonstige Verbindlichkeiten	1.462.674	1.324.660	-9%
VERBINDLICHKEITEN	8.504.272	8.395.846	-1%
Rechnungsabgrenzungsposten	0	0	
PASSIVA	10.194.897	10.251.711	1%

Gewinn- und Verlustrechnung

alle Angaben in Euro	10/11	11/12	z.Vj.
Umsatzerlöse	14.881.107	15.642.113	5,1%
sonst. betriebl. Erträge	121.746	89.249	-26,7%
Wareneinsatz	9.814.368	10.617.214	8,2%
ERTRAG	5.188.485	5.114.148	-1,4%
Personalaufwand	2.639.289	2.642.847	0,1%
Raumkosten	192.293	153.570	-20,1%
Vertriebskosten	1.477.817	1.058.236	-28,4%
Verwaltungskosten	918.877	805.109	-12,4%
Abschreibungen	274.573	249.503	-9,1%
Zinsergebnis	173.109	196.413	13,5%
Körperschaftsteuer	22.503	-2.644	-111,7%
AUFWAND	5.698.461	5.103.034	-10,4%
JAHRESERGEBNIS	-509.976	11.114	

» „Der Faire Handel – Fair Trade – ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt.“

Er leistet einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung, indem er bessere Handelsbedingungen bietet und die Rechte benachteiligter ProduzentInnen und ArbeiterInnen – speziell in den Ländern des Südens – sichert. Fair Trade Organisationen engagieren sich – gestärkt durch VerbraucherInnen – aktiv für die Unterstützung der ProduzentInnen, für Bewusstseinsbildung und Kampagnenarbeit, um die Regeln und Praktiken des konventionellen Handels zu verändern.*

* Gemeinsame Definition des Fairen Handels der europäischen und internationalen Netzwerke EFTA, FLO, WFTO, und NEWS, 2001.



GESCHÄFTSBERICHT 2011/12

NATÜRLICH FAIR

